



One Heart
communication

Porteur de solutions sociales et solidaires

Optimiser son impact sur le digital

Communiquer sur ses activités, à ses bénéficiaires, à des
adhérents

One Heart Communication

Bonjour !

One Heart Communication

« Mettre le social et solidaire à portée de clics »



One Heart
communication

One Heart Communication



Porteur de Solutions Sociales et Solidaires

NOTRE VISION

Propager le positif à l'échelle
du monde entier !

Informer (des publics)
pour engager (des communautés)
pour transformer (la société)

LE MÉDIA

- Un site web & une appli : 80 000 vues/mois
- Un réseau : 20 000 acteurs référencés

L'AGENCE

Pour une communication de solutions :

- Conseil, accompagnement Fundraising
- Production Audiovisuelle & éditoriale
- Stratégies social media
- Création sites web & applications



Sommaire

OPTIMISER SON IMPACT SUR LE DIGITAL

1. Chiffres clés et tendances
2. Cibles et modes de communication
3. Pourquoi utiliser le web pour une association ?
4. Site internet
5. Suivi d'audience
6. Contenus
7. Communication email
8. Don en ligne
9. Financements innovants
10. Social Média
11. Référencement naturel (SEO)
12. Publicité online (SEA)
13. Partenariats de visibilité
14. Digitaliser son organisation
15. Développer la compétence numérique



Chiffres clés et tendances

UTILISATION D'INTERNET

EN FRANCE

54 473 474
D'INTERNAUTES



soit

83%
de la
POPULATION
FRANÇAISE

86%
DES FRANÇAIS
SONT INSCRITS
SUR, AU MOINS
UN RÉSEAU
SOCIAL

Plus de **72 MILLIONS**
TÉLÉPHONES
PORTABLES
ACTIVÉS

CHAQUE INTERNAUTE
FRANÇAIS PASSE
EN MOYENNE
4h07
PAR JOUR
SUR INTERNET

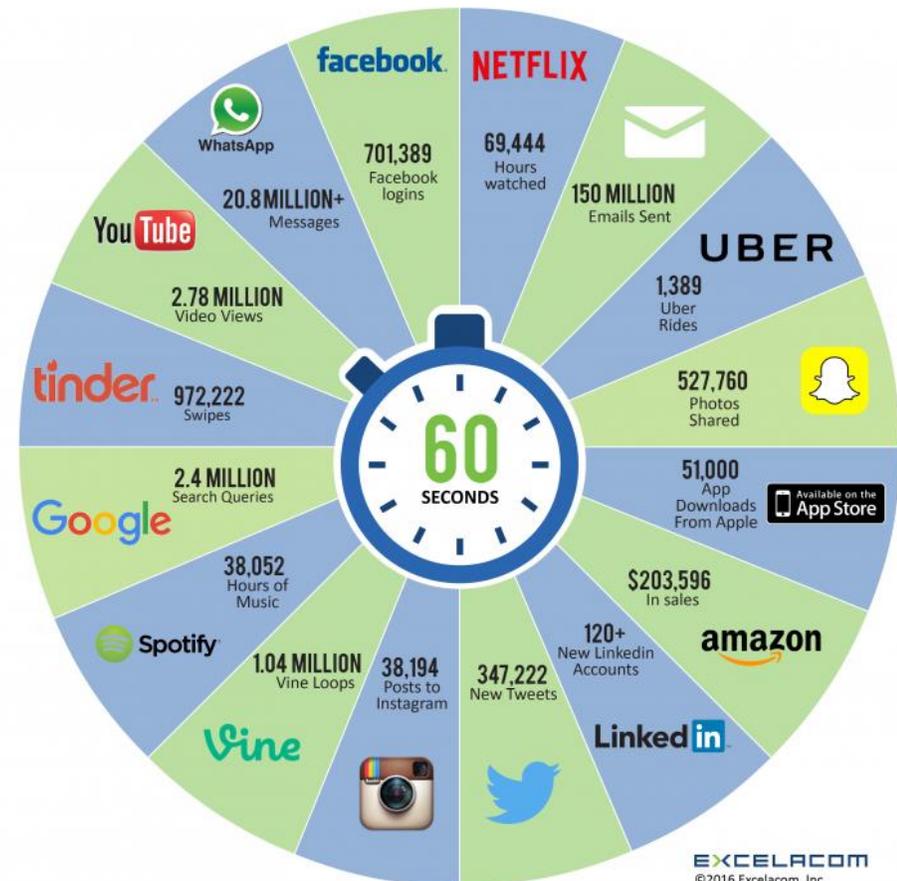
LES MOBINAUTES
SURFENT
EN MOYENNE
58
MINUTES
PAR JOUR SUR LEUR
SMARTPHONE

LES MEMBRES DES
RÉSEAUX SOCIAUX
PASSENT
EN MOYENNE
1h29
PAR JOUR

f
(28 MILLIONS)
42%
SONT DES UTILISATEURS
ACTIFS SUR FACEBOOK

11% **10%**
UTILISE
GOOGLE+ UTILISE
TWITTER

2016 What happens in an INTERNET MINUTE?



Chiffres clés et tendances

Evolution de l'usage du web



85% de la population connectée
23% des internautes font du **multi-tasking**
44% des internautes consomment de la **vidéo** Youtube
En moyenne, **7 secondes d'attention** par message.

Evolution de l'utilisation des smartphones



Dans 3 ans, **50%** du **trafic internet** sera sur smartphone
Une utilisation moyenne de **1h10 par jour** sur mobile

Evolution des formes d'engagement lié au web



L'ère du **slacktiviste** avec les pétitions, les likes.
Nouvelles **offres de soutien**: crowdfunding, cagnotte en ligne, friendraising, P2P fundraising, don indolore....

Evolution du secteur associatif sur le digital



Apparition de pure-player comme la **fondation EPIC**.
Crowdfunding : 60 millions en 2016 (**+150% en 2 ans**)
Le don en ligne représente **10% de la collecte globale**

+ de gens ont de smartphones que de brosses à dent

Attention au slacktiviste



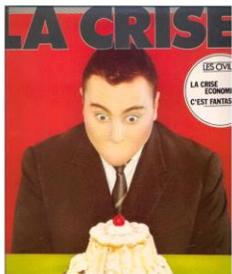
Cibles et modes de communication

Génération Aînés – 67 ans et plus



Seconde guerre mondiale

Génération X – 35 à 46 ans



Crise économique, choc pétrolier

Génération Boomers – 47 à 66 ans

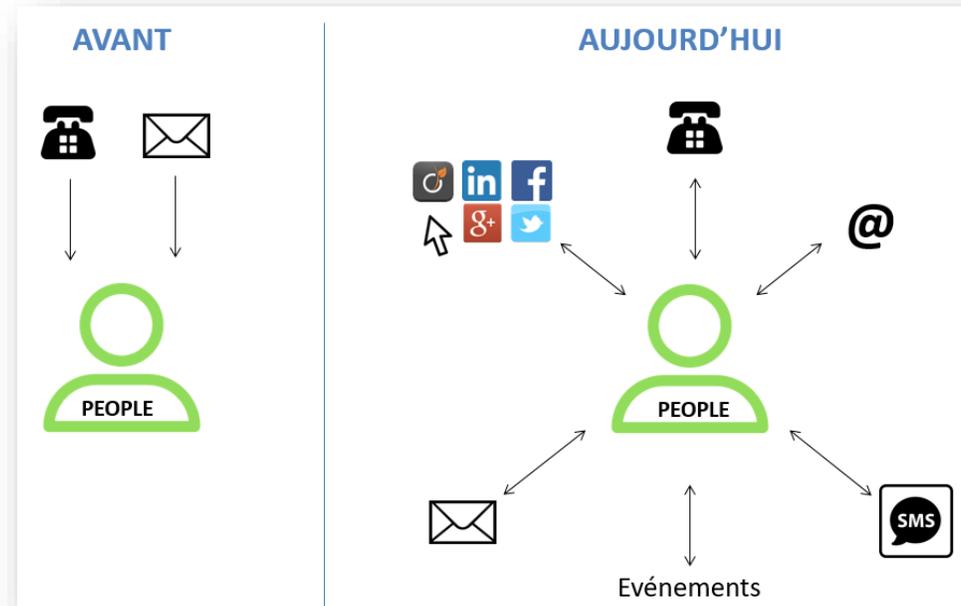


Développement de la société industrielle

Génération Y – 18 à 34 ans



Chute du mur de Berlin



Les milléniales ou génération Z ?

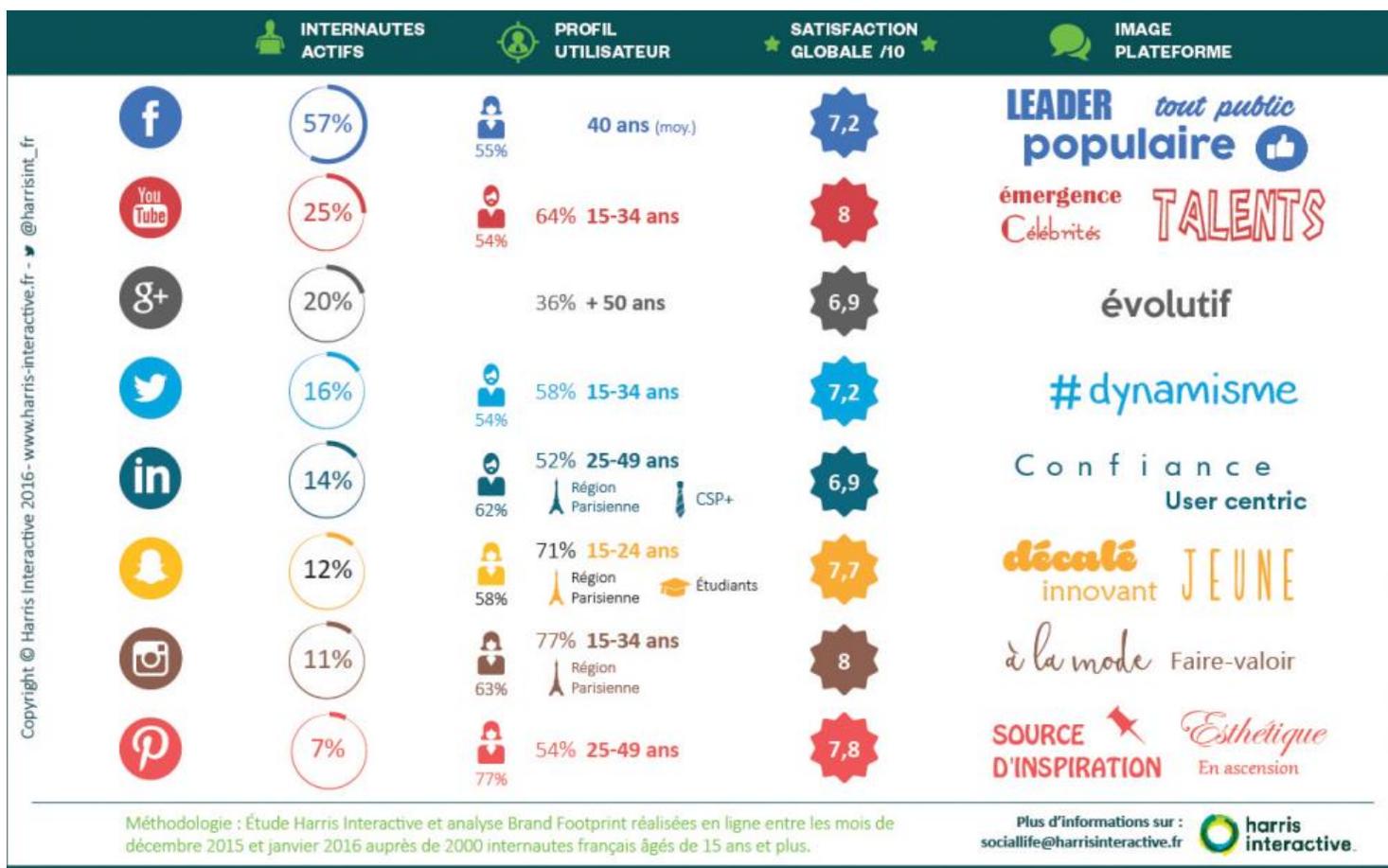
Cibles et modes de communication

Les millénials ou génération Z

Et après ?



Cibles et modes de communication



Pourquoi utiliser le web pour une association ?

- Disponibilité 24/7/365
- Mise en place et utilisation rapides
- Coûts réduits
- Outils et ressources en ligne
- Suivi pertinent des résultats grâce au tracking
- Meilleure connaissance de votre communauté
- Recherche d'interactivité et de personnalisation
- Résultats rapides

Votre site internet



Il sert à :

- Communiquer sur vos missions/ projets
- A collecter des fonds
- A engager votre communauté (adhérents, donateurs, sympathisants, salariés, etc.)

Comment atteindre ces objectifs ?

- Attractifs
- Visible (SEO, SEA, Web social)
- Fiable
- Interopérable

Les outils

- Solution de création de sites en ligne
Wix | Jimdo | Wordpress | Weebly | Edicy | Ucoz | Moonfruit | Google
- Solution de sites « prêt-à-porter »

[AssoWeb](#)



Votre site internet

Site institutionnel



Pré home

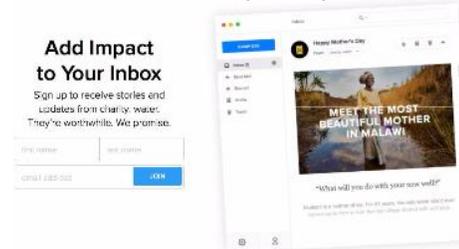
Avis



Conversion



Contact (lead)



Landing Page

Conversion



Contact (lead)



Suivi d'audience



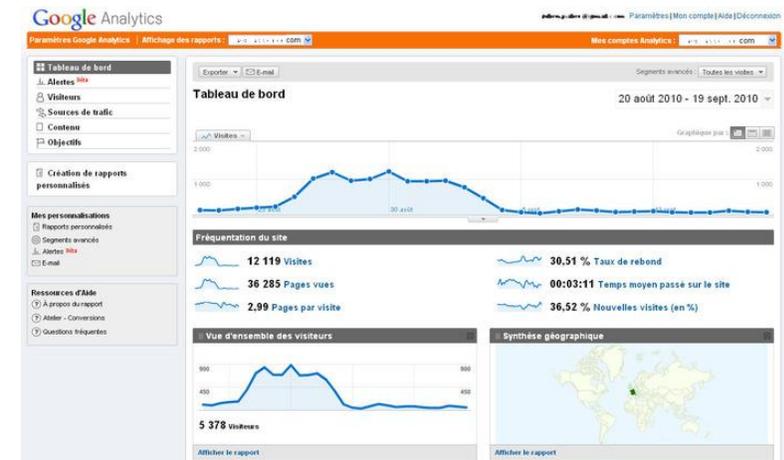
Pourquoi ?

- Comprendre des internautes et améliorer leur navigation
- Identifier et corriger les points bloquants du site et landing pages
- Valider statistiquement les processus de conversion
- Voir et améliorer les taux de conversion et vos revenus (dons, leads...)
- Optimiser vos coûts d'acquisition

Les outils

- Google Analytics (Gratuit)

Google Analytics



Contenus

Pourquoi ?

- Varier le format du contenu en fonction de vos cibles
- Rendre plus interactif votre site internet
- Utiliser du contenu avec un potentiel de viralité

Les outils

- Vidéo en ligne; Kizoa.fr, filelab.com, jaycut.com
- Infographies; infogr.am, piktochart
- Images; Pexels.com, pixabay.com, gratisography, stocksnap.io , foodiesfeed.com, unsplash.com, isorepublic.com, nos.twsnd.co, pond5.com, superfamous.com, fr.freeimages.com



Communication email



Pourquoi ?

- L'email reste le moyen de communication le + efficace sur le digital
- Différentes formes de communication; newsletter, email d'appel au don, save the date, etc.
- Permet de se construire une base de sympathisant à activer

Les outils

- Mailchimp (12 000 emails gratuits / mois)
- MailKitchen (15 000 emails gratuits / mois)
- Mailjet (200 emails gratuits toutes les 24H)
- SendInBlue (9 000 emails gratuits / mois)

Comparatif : choisir un logiciel d'emailing adapté



is now



Communication email

Décomposition d'un emailing

Avant l'envoi:

- ✓ Vérifier les liens
- ✓ Soigner la page d'atterrissage (landing page)
- ✓ Tester l'affichage
- ✓ Optimiser pour le mobile

Après l'envoi:

- ✓ Mesurer les taux (délivrabilité, ouverture, clics, réactivité)



← Préheader

← Header

← Body

← Call to action

← Footer

← Désabonnement

Don en ligne



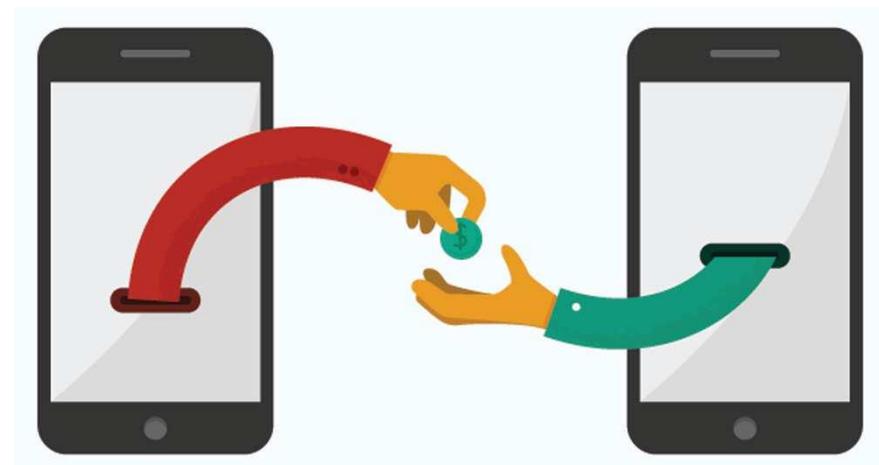
Pourquoi ?

- 10% de la collecte globale des associations
- Moyen fiable et peu coûteux de recevoir des fonds
- 38% des e-donateurs ont découverts de nouvelles associations via internet (57% parmi les moins de 35 ans).
- 16% ont fait un don via leur smartphone (34% des de moins de 35 ans).

**Source : 5ème baromètre e-donateurs de LIMITE-Ifop et FAIRCOM, avril 2015*

Les outils

- [Paypal](#) (Frais réduit en %)
- [HelloAsso](#) (Pourboire)
- [One Heart](#) (Frais en %)
- [GiveXpert](#) (Set up + Frais en %)
- [iRaiser](#) (Set up + Frais en %)



Financements innovants



Communautés Social Média

Pourquoi ?

- 86% des français sont inscrits sur au moins 1 réseau social
- Gratuits et une possibilité d'interaction très forte

Les outils

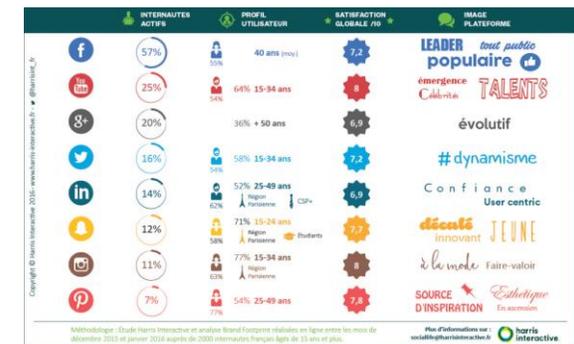
- [Hootsuite](#) outil freemium de gestion de réseaux sociaux
- [Storify](#) outil qui permet de piocher à droite à gauche des contenus social media sur un thème donné, de les réunir par drag & drop dans un espace dédié et d'y ajouter une histoire tout autour.



- Horaires : 12h / 17h-18h
- Nombre de tweets : 1 – 4/h



- Horaires : 12h / 18h-19h30
- Nombre de posts : 0,5 par jour



Référencement naturel (SEO)

Pourquoi ?

- Vous trouver plus facilement via les moteurs de recherche
- Remonter sur des recherches thématiques (exemple: aide à l'enfance, banque alimentaire tours, bénévolat bordeaux)

Les outils

- [Woorank](#) (analyse gratuite) permettant d'analyser une page et de générer un rapport SEO de cette dernière.



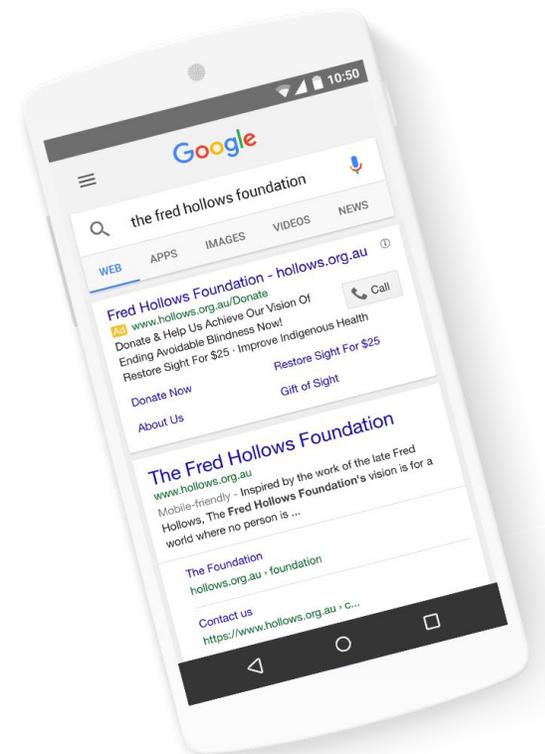
Publicité online (SEA)

Pourquoi ?

- Des solutions de publicité en ligne gratuites sont disponibles pour les associations
- L'utilisation de budget très ciblé peut vous permettre de construire une forte communauté

Les outils

- [Google Grants](#) (10 000\$ offert par Google aux associations)
- [Facebook](#) / [Twitter](#) (Publicité payante)

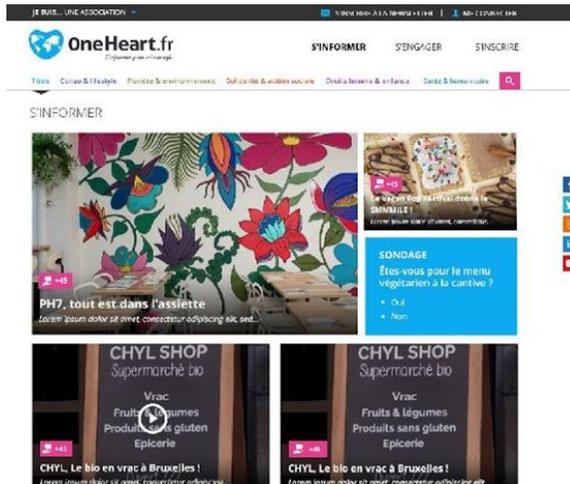


Partenariats de visibilité

Pourquoi ?

- Vous faire référencer sur des médias à forte visibilité
- Être visible auprès d'une communauté proche de vos valeurs

Les outils



S'informer pour MIEUX AGIR
VALORISER les actions des ACTEURS DU CHANGEMENT



Je GÉOLOCALE les adresses où mon action a un IMPACT RESPONSABLE
J'agis au QUOTIDIEN
Je deviens acteur du CHANGEMENT

Digitaliser son organisation

Objectifs

- Utiliser des outils performants gratuitement
- Digitaliser votre organisation

Les outils

- [AssoConnect](#) – Payant – (Plateforme pour gérer la comptabilité, la gestion des adhésions, le suivi des paiements, les demandes de subventions, la communication, etc.)
- [Google For Non-Profit](#) – Gratuit - (Google Apps / Google Ad Grants / Youtube Pro)
- [ADB Solidatech](#) – Équiper votre association en matériel informatique
- [Plateforme OHME](#) – *Sortie en septembre* – Agrégateur de services innovants et PILOTER l'ensemble de son activité/besoin digitaux cotisations, recrutements, dons, médiatisation, administratifs et financier



Développer la compétence numérique

Objectifs

- Faire monter en compétences vos salariés / vos bénévoles
- Bénéficier d'un bénévolat de compétences
- Se faire accompagner par une agence spécialisée

Les relais

- [RéZolutions numériques](#); accompagner les associations dans leur transition numérique
- [Koheo](#); plateforme de mécénat de compétences
- [One Heart Communication](#); agence spécialisée en communication responsable





One Heart
communication

Porteur de solutions sociales et solidaires

MERCI

Julien Bricheux
julien@oneheart.fr
06 68 62 48 63